

Я ВСЕЙ ДУШОЙ ПОЛЮБИЛА ЭТУ ВЫСТАВКУ

Рассказывает директор выставки "Аналитика Экспо" Марина Челак



В апреле следующего, 2022 года Международная выставка лабораторного оборудования и химических реактивов "Аналитика Экспо" будет отмечать свой двадцатилетний юбилей. С момента создания выставка стала не просто имиджевым мероприятием, участие в котором – исключительно вопрос престижа компании, но в первую очередь специализированной профессиональной площадкой высочайшего уровня, где ведутся переговоры, заключаются контракты, создается задел для стабильного и долгосрочного присутствия на рынке. "Аналитика Экспо" сегодня – крупнейший в России и самый авторитетный профессиональный форум для широкого круга специалистов в области химического анализа и контроля, объединяющий поставщиков аналитического оборудования и сотрудников различных научных и производственных лабораторий. Выставка освещает самые актуальные тенденции российского и мирового рынков лабораторного оборудования и в полной мере отражает их потенциал. О проблемах, задачах и перспективах развития проекта рассказывает директор выставки "Аналитика Экспо" Марина Челак.

Марина, с выставкой "Аналитика Экспо" вы работаете недавно. Каковы, на ваш взгляд, отличительные особенности этого профессионального форума?

В выставочном бизнесе я уже 25 лет. "Аналитика Экспо" – действительно новый и очень интересный для меня опыт. Эта выставка кардинально отличается от всех остальных. Ее участники – специалисты, которые реально любят свою индустрию и понимают, что

это их мир, а "Аналитика Экспо" – их профессиональная площадка. Для нас как организаторов опыт общения с такими людьми бесценен. Мы просто обязаны знать мнение тех, кто считает выставку своим домом: что хорошо, что нужно скорректировать, куда двигаться дальше. Мы обсуждаем с ключевыми участниками тематику выставки, нюансы, новые форматы. Компании-экспоненты не просто хотят, чтобы выставка развивалась,

ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ HYVE GROUP PLC

Hyve Group PLC – международная компания-организатор конгрессно-выставочных мероприятий нового поколения. Компания ориентирована на формирование портфеля ведущих международных профессиональных выставок, максимально насыщенных актуальным контентом и привлекательных для участия и посещения специалистами. Мероприятия Hyve Group PLC гарантируют экспонентам и посетителям незабываемый опыт и высокую эффективность инвестиций. Бизнес компании строится на индивидуальном подходе. Hyve Group PLC стремится к тому, чтобы все проводимые конгрессно-выставочные мероприятия способствовали развитию соответствующих рынков и открывали путь к будущим изменениям.

Компания была основана в 1991 году в Лондоне как ITE Group PLC и за прошедшие годы завоевала безупречную репутацию как в России, так и на международном рынке выставочных услуг. В сентябре 2019 ITE Group PLC объявила о ребрендинге и переимено-

вании в Hyve Group PLC. Ребрендинг завершил Программу преобразования и роста, стартовавшую в мае 2017 года. Вложив средства и ресурсы в эту программу, компания выстроила динамическую масштабируемую платформу, усовершенствовала процессы и методы работы, а также оптимизировала существующий портфель выставок, включив в него знаковые для рынка мероприятия различной тематики.

Hyve Group PLC организует отраслевые мероприятия по всему миру: в Европе, Азии, США, России, а также в Китае и в Африке, где их число неуклонно растет. В состав Hyve Group PLC недавно вошла компания Ascential Exhibitions, а к портфелю выставок добавилось одно из крупнейших инвестиционных мероприятий — Mining Indaba.

В РФ компания работает с 1991 года. Российский выставочный портфель Hyve Group включает 20 отраслевых выставок, многие из которых являются крупнейшими в своих отраслях.

они развивают ее сами – привносят что-то интересное, придумывают новое и сами вкладываются в реализацию своих идей. Это потрясающе. И это очень подкупает.

Выставка "Аналитика Экспо" уникальна еще и тем, что не привязана к одной индустрии и объединяет достаточно много отраслей. Это и химия, и фармацевтика, и пищевая промышленность, и нефтехимия, и горнодобывающая промышленность, и металлургия, и многое другое. Разрабатывая стратегию, мы каждый год смотрим, что происходит в этих индустриях: определяем актуальные вопросы, проблемы, интересные темы. Руководитель научно-деловой программы Анастасия Терехова по итогам прошедшей выставки проводит опрос участников и посетителей: что было самым интересным, какие темы развивать в будущем и так далее. Нам это очень важно. Мы смотрим, какая целевая аудитория пришла на мероприятие и какая целевая аудитория нужна в дальнейшем.

Затем обсуждаем свои наработки с нашими партнерами – экспертами в области аналитической химии: что было бы интересно отрасли, что именно будем выносить на площадку в рамках деловой программы, каким образом расширять тематику экспозиции. К примеру, в этом году мы взяли в разработку два новых раздела: контрольно-измерительные приборы и оборудование для биотехнологий. С Научным советом по аналитической химии РАН проведем семинары "Определение лекарственных веществ в медицинских объектах"

и "Аналитические методы подтверждения эффективности и безопасности фармацевтических препаратов". С "Ростестом" – стратегическую сессию по новым критериям аккредитации. С нашим постоянным партнером деловой программы группой компаний "Виалек" – сессию "Новые тенденции в обеспечении качества аналитических испытаний". С Ассоциацией "Росхимреактив" – семинар по актуальным вопросам обеспечения единства измерений, а с ААЦ "Аналитика" – семинар "Практические вопросы оценки и соответствия в лабораторной деятельности". То, что я перечислила – это только крупные мазки, основные темы. Всю архитектуру нашей экспозиции, деловой программы, подробное описание, спикеров можно посмотреть на сайте выставки.

Традиционно "Аналитика" всегда проходила в ВЦ "Сокольники". Был, правда, недолгий период в 2008–2011 годы, когда выставка переезжала в "Крокус Экспо". И вот сейчас, с 2019 года вы снова решили сменить площадку. С чем это связано?

Все достаточно просто. Организатор "Аналитики Экспо" – международная компания Hyve Group PLC – проводит свои выставки только на профессиональных площадках, а "Крокус Экспо" – один из крупнейших и наиболее современных выставочных комплексов не только в России, но и в мире. Проведя достаточно большое количество выставок, я могу сказать, что "Крокус" – это удобные кондиционируемые выставочные и конференц-

залы, комнаты для переговоров, множество фудкортов, бесплатная парковка, возможность подъезда для большегрузного транспорта, удобные входные зоны с хорошей пропускной способностью. Все это очень важно, особенно сейчас, учитывая историю с пандемией. Еще одна причина – для того чтобы выставка развивалась, ей необходимо пространство. "Аналитика Экспо" просто переросла Сокольники.

Конечно, для отдельных участников переезд выставки сопряжен с некоторыми неудобствами. Новое

Выставка – это только живое общение, живая демонстрация продукта, живой обмен мнениями. Все остальное – подмена понятий

всегда встречает сопротивление. Но, к примеру, что касается транспортной доступности, я бы еще поняла, если бы мы говорили про время, когда около "Крокуса" не было метро. Однако сейчас непосредственно около выставочного центра станция метро Мякинино, и добраться очень удобно.

Конечно есть нюансы монтажа, демонтажа, завоза-вывоза экспонатов. Хотя подъезды здесь достаточно удобные, в том числе и для большегрузного транспорта: ведь многие компании ставят огромные стенды с индивидуальной дизайнерской застройкой. Мы постоянно дорабатываем все эти вопросы. И из года в год их будет становиться все меньше и меньше. Все решаемо. Выставка – это живой организм. Она будет развиваться, будут уходить одни задачи, появляться другие, и это абсолютно нормальный процесс.

Что касается изменения форматов, когда выставка в 2019 году переехала в "Крокус Экспо", для проведения научно-деловой программы мы использовали совмещенный формат: стационарные конференц-залы и застройку деловых зон на площадке выставки. Однако уже в 2020 году перешли на организацию зон деловой

программы непосредственно в выставочном зале. Это позволило значительно увеличить точки контакта между участниками и посетителями. В 2021 году мы продолжим опыт: у нас будет уже две построенные площадки для деловой программы – Большая арена и Химический театр SmartLabs.

Продолжая тему новых форматов. Какие коррективы внесла в вашу работу ситуация прошлого года? Использовали ли вы интернет-технологии, онлайн-вебинары, что-то еще?

Выставка – это только живое общение, живая демонстрация продукта, живой обмен мнениями. Все остальное – подмена понятий. Huve Group PLC – компания, которая организует выставки. Для нас никакой другой формат неприемлем.

И дело не в том, что мы не владеем иными технологиями. В прошлом году мы вынуждены были перенести выставку с апреля 2020 года на сентябрь. И чтобы в этот период времени поддерживать связь с участниками, с посетителями, со своими партнерами, мы проводили вебинары. В сложившихся условиях это было необходимо. У нас налаженная система проведения вебинаров, и мы организовали большое их количество. С их помощью мы сумели существенно увеличить базу потенциальных участников и посетителей. Например, в мае мы провели вебинар по переходу на новые ГОСТы. Он вызвал большой интерес целевой аудитории и собрал за 2 дня 1100 слушателей. Подводя итоги регистрации, мы увидели значительное количество новых контактов. Так что онлайн-форматы, безусловно, приносят пользу, и мы не будем отказываться от них полностью. Вебинары – это тот инструмент, который помогает поддерживать связь с участниками, посетителями, партнерами в межвыставочный период. Но все-таки вебинары – формат вспомогательный, механизм поддержания связи. В нашем понимании выставка – это непосредственное живое общение.

Пандемия заставила и нас самих создавать новые форматы. Например, для иностранных экспонентов, у которых нет представительства на территории России и в данных условиях нет возможности приехать, мы разработали такой формат участия, как remote exhibiting. Он подразумевает участие со стендом при помощи амбассадоров, которых мы помогаем нанять и обучить. Мы привлекаем специалистов с обязательным опытом работы на выставках, знанием английского языка. Дополнительно они проходят короткое обучение с компанией-экспонентом по специфике представленной продукции. Основная задача амбассадоров – собрать все входящие контакты и передать их представителю

зарубежной фирмы-экспонента. Кроме того, они имеют техническую возможность связать посетителя со специалистом компании непосредственно в период работы выставки.

Конечно, remote exhibiting – это не полноценный формат участия, но мы придумали его не просто так, и зарубежные участники готовы его попробовать. Интерес иностранных компаний к российскому рынку по-прежнему высок, несмотря на сложную ситуацию и закрытые границы. И нам кажется, это будет любопытный опыт и для них, и для нас.

В 2019 году в рамках выставки под эгидой ВМСО и ИФХЭ РАН прошел симпозиум "Дни Separation Science", состоялось мероприятие Сколтеха в области инновационных стартапов. Подобные партнерские контакты будут расширяться?

У нас есть ассоциации, союзы, с которыми мы работаем постоянно. И пользуясь случаем, хочу поблагодарить их за ежегодную помощь в формировании интереснейшей научно-деловой программы выставки. А вот сотрудничество с новыми партнерами – тема очень интересная. К примеру, некоторое время назад мы начали встречаться с нашими ключевыми участниками для обсуждения развития выставки, и у нас состоялась встреча с Константином Абузаровым – директором российского отделения крупнейшего германского производителя лабораторной мебели Köttermann. К тому моменту компания уже год в выставке не участвовала. Мы спрашиваем: "Константин, почему не участвуете, в чем проблема?" И получаем ответ: "Мы строим большие стенды, тратим ресурсы, а отдачи не получаем. Нам нужны инвесторы, проектировщики, которые закладывают лабораторную мебель еще на стадии проектирования. А этой аудитории на выставке нет". Обсудили детали: чем заинтересовать, какими темами, и пришли к формату инвестиционного форума. Ведь лабораторная мебель – это не только Köttermann. Есть другие производители лабораторной мебели, которых также хотелось бы видеть на выставке, еще целый ряд производителей, которым интересна именно эта категория посетителей.

В 2021 году мы представляем два абсолютно новых мероприятия с новыми партнерами. Первая площадка, первое мероприятие – это упомянутый выше лабораторный инвестиционный форум. Он пройдет в партнерстве с компанией Köttermann в большом зале в первый день выставки – 13 апреля. На форуме будут обсуждаться различные вопросы организации лабораторий с точки зрения самых передовых технологий. В России некоторые из них еще в зачаточном состоянии, но Россия

быстро учится и быстро внедряет. Выступит специалист из R&D центра "Сибур Полилаб" с примерами реализации эффективного рабочего пространства. Спикеры из Швейцарии и Италии расскажут про антиковидные решения в научных зданиях и инвестиции в безопасные лаборатории. В рамках форума будет презентован проект Международного медицинского кластера в Сколково.

Вторая уникальная площадка 2021 года – SmartLab, организованная в партнерстве с "БИКАСАРУ" – российской компанией, представляющей итальянского производителя лабораторной мебели VICASA, – и во многом благодаря инициативе ее директора Дмитрия Голикова. Проект должен получиться очень интересным. SmartLab – зонированное пространство, которое будет работать все дни выставки – с 13 по 16 апреля. Первая зона отведена под Химический театр, где пройдут презентации аналитического оборудования для разных отраслей, семинары, деловые встречи и так далее. Еще одна зона – площадка для показа новейших достижений в области дизайна лабораторных пространств. И третья – это Биобар, интерактивная зона отдыха. Каждая зона на этой площадке имеет свое ежедневное расписание непрерывных мероприятий.

Интерес иностранных компаний к российскому рынку по-прежнему высок, несмотря на сложную ситуацию и закрытые границы

Будут ли проводиться традиционные семинары, презентации компаний по оборудованию, решениям, методикам анализа? Нам показалось, что их число в последнее время несколько сократилось.

Я бы не сказала, что количество семинаров сократилось. Просто презентации отдельных компаний мы стараемся имплементировать в наши деловые мероприятия. И таким образом обеспечиваем компаниям большую целевую аудиторию. В этом году мы прово-

дим презентации на площадке SmartLab. К примеру, 13 апреля до обеда будут обсуждаться задачи фармацевтической отрасли, а вторая половина дня посвящена сессии пищевой промышленности. И в этих сессиях принимают участие как эксперты отрасли, так и произ-

Мы собираем фокусную аудиторию в определенном месте в определенное время. Это удобно и интересно. И от этого все получают наибольшую пользу

водители оборудования – участники выставки, которые продемонстрируют и актуальные новинки, и уже зарекомендовавшие себя на рынке решения и инструменты. Таким образом мы собираем фокусную аудиторию в определенном месте в определенное время. Это удобно и интересно. И от этого получают наибольшую пользу все стороны, включая нас как организаторов. Ведь удовлетворенность участников и посетителей выставки – наша основная цель.

До каких пределов стоит расширять аудиторию выставки? Имеет ли смысл, как это было в 2019 году, привлекать в качестве экскурсантов учащихся старших классов? Ведь старшеклассник, как вы ему ни объясняете, не поймет принципа работы сложного аналитического оборудования, да и не очень-то ему это нужно. А крутящиеся в магнитной мешалке колбы с разноцветной жидкостью вряд ли можно считать популяризацией химической науки, скорее уж цирковыми фокусами.

Старшеклассники, как вы правильно сказали, не наша целевая аудитория. Для них есть свои кружки, химические классы и т.д. Мы все-таки фокусируемся на студентах, которые уже выбрали свою профессию и близки к тому, чтобы войти в отрасль.

"Аналитика Экспо" – площадка уникальная. С одной стороны, здесь собирается серьезное научное сообщество, с другой – наши участники – ведущие производи-

тели аналитического и лабораторного оборудования. И одна из наших задач – популяризация аналитической химии среди молодежи. Все-таки наука в России молодеет достаточно сложно.

Мы пробуем разные форматы. В 2019 году приглашали из Екатеринбурга Александра Иванова, который ведет на Youtube научно-популярный канал "Химия – просто". Он проводил экскурсии по выставке очень интересно и реально сумел увлечь молодежь. В этом году на площадке SmartLab пройдет студенческий коворкинг, в рамках которого наши участники будут презентовать вакансии студентам. Более того, там же состоится шахматный турнир. Конечно, это не такое уж отраслевое событие, но это держит молодежь на площадке, расширяет ее кругозор, стимулирует неформальное общение с участниками и посетителями выставки – учеными, инженерами-разработчиками, сотрудниками лабораторий, представителями бизнес-сообщества.

Эффективность работы на выставке в значительной степени зависит от грамотной подготовки. И строительство эксклюзивного дизайнерского стенда в этой подготовке далеко не самое основное. Проводите ли вы для экспонентов обучающие семинары по организации работы на выставке?

Обязательно. Каждый год у нас запланированы мероприятия для компаний-участниц. Есть фирмы, которые работают на выставке из года в год – у них накоплен огромный опыт. Они знают, как правильно организовать работу на стенде, как подготовить персонал, как грамотно выстроить экспозицию, чтобы к ней было привлечено максимальное количество посетителей. Но каждый год на выставке появляются новые компании. Зачастую это компании малого и среднего бизнеса с небольшими стендами. И здесь необходимо понимать, что если вы умеете грамотно организовать выставочное пространство и работу персонала, то не так важно, сколько метров у вас стенд. Можно организовать работу на 9 метрах так, что ваш стенд будет большей точкой притяжения, нежели соседний 50-метровый.

При обучении наших участников мы сотрудничаем с профессионалами: с директором Агентства выставочного консалтинга "ЭкспоЭффект" Николаем Карасевым, с бизнес-тренером Викторией Шухат и др. Например, Виктория проводила для нас однодневный обучающий семинар перед началом "Аналитики Экспо 2019" в "Бородино-Холл" в Москве. Мы приглашали всех, в том числе участников из других регионов. Виктория рассказывала, как правильно организовать экспозицию, обучить персонал, провести рекламную кампанию перед выставкой, чтобы максимально привлечь посетителей. Мы, со

своей стороны, тоже предлагаем много инструментов: заранее высылаем промокоды, предлагаем разместить новости на сайте, делаем рассылки и включаем в них информацию участников. Но не всегда компании нас слышат. Весна – очень загруженный период: и производственные задачи нужно решать, и подготовка к выставке идет. И вот здесь как раз и Николай Карасев, и Виктория Шухат очень нам помогают. Участвуя в семинаре, человек полностью переключается и погружается в тему подготовки к выставке, а в результате получает, обрабатывает и усваивает гораздо больше качественной информации. Буквально пару недель назад вебинар по эффективному участию в выставках провел Николай Карасев. Обучение получилось очень содержательным, ведь многое сейчас обновляется, появляются новые инструменты. Кроме того, Николай рассказывает очень легко и интересно, приводит множество практических примеров. Было бы хорошо, если бы 100% экспонентов участвовали в таких мероприятиях и внимали советам профессионалов. Я надеюсь, что обучающие семинары, которые мы организуем, помогут всем участникам эффективно отработать на выставке.

В связи с коронавирусом локдауном вы вынужденно проводили выставку 2020 года в сентябре. Насколько оправдала себя эта стратегия? Может быть стоило просто перенести "Аналитику Экспо" на 2021 год?

Основной пул выставок Huve Group PLC проходит с февраля по июнь. В связи с локдауном многие весенние выставки были перенесены на конец лета и осень. Некоторые отменены и перенесены на 2021 год. Те выставки, которые были перенесены на август, не состоялись, – только в конце августа сняли ограничение на проведение конгрессно-выставочных мероприятий. Проведение выставки "Аналитика Экспо" в сентябре 2020 года несло определенные риски. Но это было осознанное решение. Специфика специализированных отраслевых выставок в том, что их невозможно ни организовать за неделю, ни отменить одним днем. Такие мероприятия требуют длительной подготовки и достаточно серьезных предварительных финансовых вложений.

Конечно, проведение "Аналитики Экспо 2020" в сентябре – ситуация вынужденная. Но ведь многие компании готовили презентацию новинок к апрелю 2020 года. Это был отложенный спрос. Поэтому проведение выставки в сентябре 2020 года мы не считаем ошибкой, напротив – это было признанной победой. Наверное, только наши коллеги из выставочного бизнеса могут понять, какого труда стоило нам добраться

до начала выставки. Потому что на все эти вопросы: "Когда снимут ограничения, когда можно будет проводить массовые мероприятия? Когда откроют границы и как смогут приехать наши иностранные экспоненты? Какие требования будут к проведению выставки? Будут ли открыты регионы России, и смогут ли приехать иногородние участники?" – ни у кого не было очевидных ответов. И, однако, мы планомерно готовились. Провели усиленную рекламную кампанию. Скрупулезно отслеживали регистрацию посетителей и давали оперативную информацию экспонентам, ведь самой большой их тревогой были посетители: приедут ли, будут ли? Выделили дополнительный бюджет, чтобы соблюсти все рекомендации Роспотребнадзора. Организовали онлайн-трансляцию деловой программы для тех, кто все-таки не смог до нас добраться.

В итоге вместе с нашими участниками и посетителями нам удалось провести этот отраслевой праздник. В выставке приняли участие ключевые бренды: "Аква-Хром", "Аналит Продактс", "Лабтест", "Мерк", "Миллаб", "Вибротехник", "СокТрейд", "Хроматек", "Хромос Инжи-

Мы не считаем проведение выставки в сентябре 2020 года ошибкой, напротив – это было признанной победой

ниринг", Экросхим" и многие, многие другие. Наряду с нашими постоянными участниками появилась 21 новая компания. Экспоненты отметили возросшее качество посетителей. Если посмотреть статистику, 50% наших посетителей 2020 года – руководящий состав компаний, лица, принимающие решения. Вообще на выставке не было лишних людей. Пандемия их отсекала. Пришли только те, кому выставка действительно была нужна и интересна. И было очень приятно слышать слова благодарности от наших участников. Мы, конечно, рискнули, но мы выиграли!

Спасибо за интересный рассказ.

С.М.Челак беседовала О. Шахнович